

Opis produktu

Jak specjaliści konstruuja udane cyfrowe kampanie marketingowe? Jak wykorzystac najnowsze technologie, aby lepiej komunikowac sie ze swoimi klientami lub mierzyc efekty swoich dzialan?

W publikacji zaprezentowano kreatywne rozwiazania w tworzeniu strategii przedsiebiorstw dzialajacych zarowno na rynkach tradycyjnych, jak i wirtualnych. Przyklady projektow juz zrealizowanych potwierdzaja, iz marketing wsparty rozwiazaniami informatycznymi przynosi firmom swietne efekty finansowe i wizerunkowe. Zaleta opracowania jest to, iz studia przypadkow opracowali praktycy – wlasciciele czy menedzery firm oraz studenci studiow stacjonarnych i niestacjonarnych na Wydziale Zarzadzania. Ksiazka moze okazac sie pomocna w odniesieniu sukcesu zarowno dla przedsiebiorcow dzialajacych od wielu lat, jak i dla osob dopiero rozpoczynajacych wlasny biznes. Stanowi tez przydatny material dla dydaktykow stosujacych metode *case study* do polaczenia nauki i dydaktyki z praktyka.

Spis tresci

WSTEP 7

CZESC I. MARKETING CYFROWY – WSPOLCZESNE I KREATYWNE ROZWIAZANIA FIRM WIRTUALNYCH 13

Rozdzial 1. Rafal Skonieczka, Droga do dobrej strategii, czyli jak sprzedac akumulator do czerwonego Forda przez Internet 15

Rozdzial 2. Joanna Klosinska, Content marketing jako nowy sposob na wzrost widocznosci witryny na przykladzie firmy SNIEZKA S.A. 27

Rozdzial 3. Maciej Szafraniec, Dashboard jako kluczowa propozycja, w zakresie narzedzi motywowania pracownikow w dziale IT do efektywnego realizowania zadani 39

Rozdzial 4. Malgorzata Sołtysiak, Piotr Kobuszewski, Kosma Wysokiński, Jak powstawal pierwszy polski serwis o spolecznosciach internetowych 51

Rozdzial 5. Sebastian Stolarczyk, Marcin Domański, Automatyzacja – klucz do zwiakszenia konkurencyjnosci 61

Rozdzial 6. Magdalena Pruchniewska, Opcje strategiczne wejscia na rynek Europy Zachodniej polskiej agencji interaktywnej na przykladzie analizy Grupy K2 67

Rozdzial 7. Andrzej Haczykowski, Facebook Ads w praktyce – case study kampanii reklamowej firmy XYZ w serwisie spolecznosciowym 81

CZESC II. STRATEGIA KLUCZEM DO SUKCESU RYNKOWEGO WEDLUG WSPOL- CZESNEGO PARADYGMATU MARKETINGU 87

Rozdzial 8. Grzegorz Werlos, Bartosz Znojek, ATLAS – prowadzenie dzialan promocyjnych na rynkach polskim i wschodnim 87

Rozdzial 9. Angelika Nowakowska, Zanita Wastowska, Justyna Spychalska, Wspolpraca z ambasadorem marki jako sposob promocji w branzy pończoszniczej – case study marki Gatta 109

Rozdzial 10. Adam Jablonski, Aleksandra Wiesiolek, Szanse wejscia na rynek nowych

produktów – case study Filter Service Sp. z o.o. 127

Rozdział 11. Joanna Pietras, Marta Wojciechowska, Piotr Zach, Martyna Zgierska, Strategie marketingowe stosowane przez Grupę Mokate Sp. z o.o. 143

Rozdział 12. Małgorzata Olszacka, Patrycja Chudzia, Ekspansja innowacyjnych produktów firmy Dr Irena Eris na rynki wschodnie 161

Rozdział 13. Rafał Skonieczka, Strategia firmy świadczącej usługi marketingowe 177

Rozdział 14. Juliusz Lerman, Marlena Mirowska, Paweł Dacz, Strategia sukcesu i utrzymania pozycji lidera na rynku energetycznym PGE S.A. 183

ZAKOŃCZENIE 197